Hardware

INDUSTRY PROFILE

Industry, Science and Technology Canada
Industrie, Sciences et Technologie Canada

Business Service Centres / International Trade Centres

Industry, Science and Technology Canada (ISTC) and International Trade Canada (ITC) have established information centres in regional offices across the country to provide clients with a gateway into the complete range of ISTC and ITC services, information products, programs and expertise in industry and trade matters. For additional information contact any of the offices listed below.

Newfoundland

Atlantic Place
Suite 504, 215 Water Street
P.O. Box 8950
ST. JOHN'S, Newfoundland
A1B 3R9
Tel.: (709) 772-ISTC
Fax: (709) 772-5093

Prince Edward Island

Confederation Court Mall
National Bank Tower
Suite 400, 134 Kent Street
P.O. Box 1115
CHARLOTTETOWN
Prince Edward Island
C1A 7M8
Tel.: (902) 566-7400
Fax: (902) 566-7450

Nova Scotia

Central Guaranty Trust Tower
5th Floor, 1801 Hollis Street
P.O. Box 940, Station M
HALIFAX, Nova Scotia
B3J 2V9
Tel.: (902) 426-ISTC
Fax: (902) 426-2624

New Brunswick

Assumption Place
12th Floor, 770 Main Street
P.O. Box 1210
MONCTON, New Brunswick
E1C 8P9
Tel.: (506) 857-ISTC
Fax: (506) 851-6429

Quebec

Tour de la Bourse
Suite 3800, 800 Place Victoria
P.O. Box 247
MONTREAL, Quebec
H4Z 1E8
Tel.: (514) 283-8185
1-800-361-5367
Fax: (514) 283-3302

Ontario

Dominion Public Building
4th Floor, 1 Front Street West
TORONTO, Ontario
M5J 1A4
Tel.: (416) 973-ISTC
Fax: (416) 973-8714

Manitoba

8th Floor, 330 Portage Avenue
P.O. Box 981
WINNIPEG, Manitoba
R3C 2V2
Tel.: (204) 983-ISTC
Fax: (204) 983-2187

Saskatchewan

S.J. Cohen Building
Suite 401, 119 - 4th Avenue South
SASKATOON, Saskatchewan
S7K 5X2
Tel.: (306) 975-4400
Fax: (306) 975-5334

Alberta

Canada Place
Suite 540, 9700 Jasper Avenue
EDMONTON, Alberta
T5J 4C3
Tel.: (403) 495-ISTC
Fax: (403) 495-4507

Suite 1100, 510 - 5th Street S.W.
CALGARY, Alberta
T2P 3S2
Tel.: (403) 292-4575
Fax: (403) 292-4578

British Columbia

Scotia Tower
Suite 900, 650 West Georgia Street
P.O. Box 11610
VANCOUVER, British Columbia
V6B 5H8
Tel.: (604) 666-0266
Fax: (604) 666-0277

Yukon

Suite 301, 108 Lambert Street
WHITEHORSE, Yukon
Y1A 1Z2
Tel.: (403) 668-4655
Fax: (403) 668-5003

Northwest Territories

Precambrian Building
10th Floor
P.O. Bag 6100
YELLOWKNIFE
Northwest Territories
X1A 2R3
Tel.: (403) 920-8568
Fax: (403) 873-6228

ISTC Headquarters

C.D. Howe Building
1st Floor East, 235 Queen Street
OTTAWA, Ontario
K1A 0H5
Tel.: (613) 952-ISTC
Fax: (613) 957-7942

ITC Headquarters

InfoExport
Lester B. Pearson Building
125 Sussex Drive
OTTAWA, Ontario
K1A 0G2
Tel.: (613) 993-6435
1-800-267-8376
Fax: (613) 996-9709

Publication Inquiries

For individual copies of ISTC or ITC publications, contact your nearest Business Service Centre or International Trade Centre. For more than one copy, please contact

For Industry Profiles:
Communications Branch
Industry, Science and Technology Canada
Room 704D, 235 Queen Street
OTTAWA, Ontario
K1A 0H5
Tel.: (613) 954-4500
Fax: (613) 954-4499

For other ISTC publications:
Communications Branch
Industry, Science and Technology Canada
Room 208D, 235 Queen Street
OTTAWA, Ontario
K1A 0H5
Tel.: (613) 954-5716
Fax: (613) 954-6436

For ITC publications:
InfoExport
Lester B. Pearson Building
125 Sussex Drive
OTTAWA, Ontario
K1A 0G2
Tel.: (613) 993-6435
1-800-267-8376
Fax: (613) 996-9709

Canada

(V 6 91 09)

92-03303/

1990–1991

HARDWARE

FOREWORD

In a rapidly changing global trade environment, the international competitiveness of Canadian industry is the key to growth and prosperity. Promoting improved performance by Canadian firms in the global marketplace is a central element of the mandates of Industry, Science and Technology Canada and International Trade Canada. This Industry Profile is one of a series of papers in which Industry, Science and Technology Canada assesses, in a summary form, the current competitiveness of Canada's industrial sectors, taking into account technological, human resource and other critical factors. Industry, Science and Technology Canada and International Trade Canada assess the most recent changes in access to markets, including the implications of the Canada-U.S. Free Trade Agreement. Industry participants were consulted in the preparation of the profiles.

Ensuring that Canada remains prosperous over the next decade and into the next century is a challenge that affects us all. These profiles are intended to be informative and to serve as a basis for discussion of industrial prospects, strategic directions and the need for new approaches. This 1990–1991 series represents an updating and revision of the series published in 1988–1989. The Government will continue to update the series on a regular basis.

Michael H. Wilson
Minister of Industry, Science and Technology
and Minister for International Trade

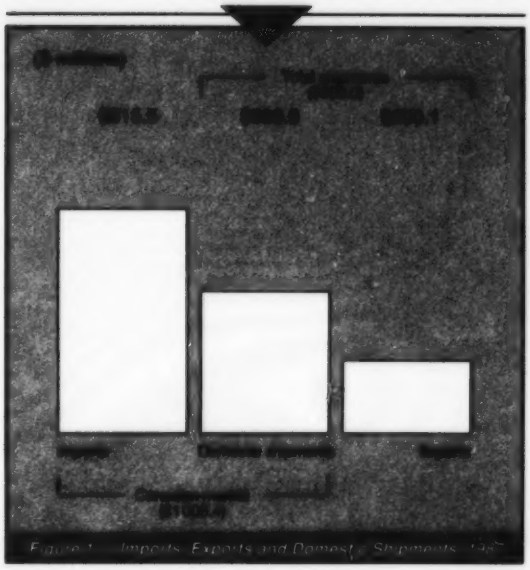
Structure and Performance

Structure

The Canadian hardware industry manufactures a broad range of hardware and hand tools. The primary hardware subsector comprises such product lines as locks and latch sets (representing about 20 percent of industry shipments); furniture, cabinet and casket hardware and fittings (13 percent); hinges and butts (7 percent); and other builders' and shelving hardware (7 percent). The remaining 53 percent of industry shipments is accounted for by the hand tool subsector, which includes a variety of non-electric hand tools and implements such as augers, axes, chisels, edge tools, garden implements, hammers, handsaws, mechanics' measuring tools, screwdrivers and wrenches. Such items as electrical appliances, power hand tools and other electrical and power tools are described in a related industry profile on *Small Portable Electrical Appliances.*

In 1988, the Canadian hardware industry comprised 165 establishments, employed 7 050 permanent workers and reported factory shipments of $642.2 million. Exports in 1987[1] totalled $200.1 million, compared with industry shipments that year of $590 million, while imports amounted to $615.5 million (Figure 1). The United States is both the prime destination of Canadian exports, rising to 80 percent of all exports in 1987, and the principal source of imports, falling slightly to 61 percent. Low-cost Asian imports, especially from Taiwan, have shown strong growth among imported hardware products in recent years.

[1]A discontinuity in trade data between 1987 and 1988 has resulted from a change in the classification system used by Statistics Canada (see footnote b regarding the Harmonized Commodity Description and Coding System (HS) on page 7). Consequently, this analysis discusses trade trends up to 1987 only.



Imports now dominate the Canadian hardware market, with a 61.2 percent market share in 1987. An increase in low-cost imports such as plastic handles and knobs, metal-cutting shears, crowbars, wood augers and security locks has accounted for much of the growth in the domestic market in the past few years. The increase in imports has resulted in a certain amount of manufacturing rationalization in the North American industry as low-end production has shifted to the low-cost producing countries in Asia. In turn, more Canadian manufacturers have been forced to specialize, innovate and identify as well as develop market opportunities internationally.

Manufacturing production is generally located close to national distribution centres in southern Ontario, which are concentrated in the hands of very few major buying groups and retail chains, including Canadian Tire Corporation in Toronto and D.H. Howden & Company in London. Ontario represents more than 60 percent of establishments, employment and manufacturers' shipments, while Quebec accounts for about 22 percent of establishments.

Small manufacturers with fewer than 20 employees represent 62.7 percent of all establishments, yet they produce only 9.7 percent of all factory shipments of products such as cabinet and door hardware as well as garden and hand tools. At the other extreme, 11.9 percent of establishments employ more than 100 employees and account for 59.1 percent of production, manufacturing products such as screwdrivers, hammers and tool boxes. The eight largest producers, accounting for less than 6 percent of all plants, produce more than 37 percent of all shipments, including products such as hand and soldering tools, chains, drawer slides and security hardware.

It is estimated that U.S.-owned manufacturers account for 30 percent of the Canadian hardware industry's shipments and employment. They also account for more than 40 percent of the plants having more than 100 employees. As a general rule, the U.S.-owned manufacturers who have not obtained world product mandates are restricted by their parent company's corporate policies to selling in the Canadian market only.

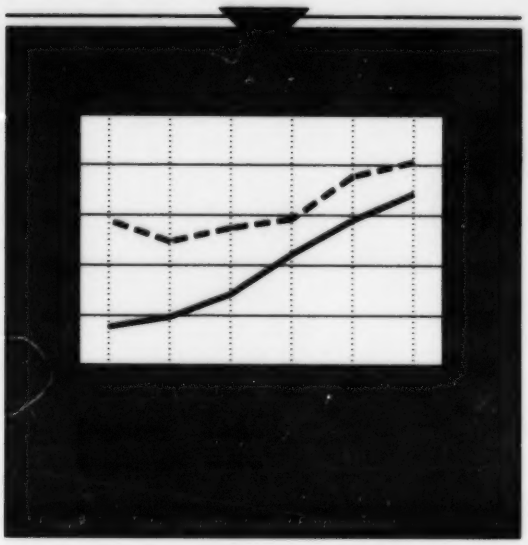
The U.S. hardware industry comprises more than 2 000 establishments, 129 000 employees and shipments amounting to almost U.S.$12 billion. The general structure of the U.S. industry tends to parallel that in Canada insofar as the majority of firms are small, family-owned businesses. However, the large U.S. companies are proportionately much larger and have achieved more efficient economies of scale than the largest Canadian firms.

Almost all Canadian-owned hardware and hand tool producers, both large and small, are involved in some export activity. In addition, a few U.S.-owned companies with specialized Canadian divisions manufacture specific products for world markets on an internationally competitive scale.

Performance

The demand for hardware products closely follows the level of activity in the residential and non-residential construction industry and the home renovations market, with significant and growing sales to consumer do-it-yourself retail outlets. While both the primary hardware subsector (including builders' hardware) and the hand tool subsector respond to similar market considerations, the builders' hardware subsector is more directly dependent on healthy growth in the residential construction industry. The largest growth sector in Canada in the past few years has been the do-it-yourself retail market, although this segment of the market has been supplied increasingly by imports from low-cost countries.

Canadian shipments of hardware have grown from $377.9 million in 1983 to $642.2 million in 1988 in current dollars (Figure 2). While official data are not available, it is estimated that industry shipments in real terms have shown only a modest increase compared with increases in construction demand during this period. This reflects the narrowing of the product range now manufactured in Canada due to the rapid growth of imported hardware in the Canadian market in recent years. There has been only a modest increase in employment levels during this period, from 5 881 in 1983 to a level of 7 050 in 1988, while the number of manufacturing establishments has fluctuated slightly.



As part of the consumer product sector, hardware is sensitive to economic conditions, interest rates, personal disposable incomes and lifestyles. However, generally favourable market conditions have encouraged consumer spending and have facilitated new construction in the private sector in Canada since the 1981–1982 recession. In addition, consumers have an ever-increasing interest in participating in home renovations and do-it-yourself activities. Nevertheless, the capacity of the Canadian hardware industry to participate in this market growth has decreased, due in large part to a lack of competitiveness in some of the fastest-growing segments, such as the do-it-yourself market.

While the value of imports has been increasing steadily since the 1970s, there has been a gradual shift in the origin of these imports. The share of the United States, which accounted for 71 percent of the value of all imports in 1973, dropped to 61 percent in 1987. Imports from the Far East, particularly Taiwan, the Republic of Korea and Hong Kong, rose to more than 20 percent of all imports in 1987, compared with 11.9 percent in 1973.

The steady growth in hardware imports from low-cost Asian producers reflects the much lower material and labour costs enjoyed by these countries. Moreover, since prices from these countries have remained low relative to other imports, imports expressed in volume terms have increased significantly. The U.S. hardware market has been similarly affected by the pressure of these low-cost Asian imports, which has also caused a decrease in the American manufacturers' share of their domestic market.

Because of this strong, low-cost competition, the North American hardware industry has rationalized production in order to improve productivity and maintain its own domestic market share. This strategy has often led U.S.-owned subsidiaries in Canada to have their production shifted back to the United States, thereby contributing to increased imports into the Canadian market from the larger, more efficient U.S. manufacturers.

Imports from Europe have maintained their position in the Canadian market, accounting for 12.5 percent of all imports in 1987. European imports are generally specialized, and include precision hand tools and implements such as certain files and rasps, vices, garden tools and furniture, and cabinet and casket fittings, which are not usually available from domestic or other overseas sources.

Exports grew from $34.3 million in 1973 to an estimated $200.1 million in 1987. Exports increased by about 10 percent yearly in the mid-1970s, then grew by more than 13 percent yearly in the early 1980s. From 1984 to 1987, they rose once again at an approximate 10 percent yearly rate. In 1987, exports represented 33.9 percent of all manufacturers' shipments in this industry.

The more or less steady growth rate in exports since 1984 reflects a more aggressive pursuit of international market opportunities by Canadian companies in the face of increased competition in the domestic market. The principal products exported include locks, keys and parts; basic hardware such as hinges, fittings and casters; certain files and rasps; and miscellaneous hand tools. In general, where the Canadian industry has developed specialized production in such areas as locks, latches and other basic hardware and hand tools, the industry has gained an excellent reputation on world markets for its well-designed and innovative quality products. While the United States remains Canada's primary trading partner, other significant markets are Australia, the Caribbean and, for certain specialized products such as files and rasps, Singapore, Pakistan and Thailand.

Specific investment statistics are not available for the hardware industry. However, it is believed that investments have been increasing steadily over the past several years.

Strengths and Weaknesses

Structural Factors

The most important factors affecting competitiveness are manufacturing costs for standard hardware products as well as innovation, design and manufacturing quality for specialized hardware products and precision hand tools.

The Canadian industry is considered competitive because of its innovative design and manufacture of quality products, although its operating costs are not competitive with those of counterparts in other countries.

Raw materials and wages represent the two largest cost factors for manufacturers of hardware. In both Canada and the United States, materials account for more than 42 percent of the value of shipments while labour accounts for between 25 and 27 percent. However, in serving a much larger domestic market, the U.S. industry has attained a higher level of product specialization. As a group, the larger U.S. hardware plants are much larger than their Canadian counterparts. They have been able to exploit economies of scale to a fuller extent and thus are able to enjoy the benefits of longer production runs. Labour productivity in the U.S. industry is approximately 25 percent higher than that in Canada.

Large plants in the United States have also tended to invest in more modern machinery and equipment, with the result that U.S. firms have attained a greater level of productivity than Canadian firms and U.S.-owned subsidiaries operating solely in the smaller Canadian market.

Some Canadian manufacturers, however, have developed a market for their products in the United States, usually targeting a specific market segment, where competitiveness is achieved on the basis of product specialization.

In general, Canadian hardware plants manufacture a wide range of high-quality products. As a result, particularly for high-volume hardware items, production machinery is designed for frequent run changes and minimum shut-down time between changes. The American and Asian producers, in contrast, have long production runs and their machines are generally dedicated to producing one part exclusively at low per-unit costs.

The high labour and material costs of North American hardware products are a major disadvantage compared with low-cost Asian products having both labour and material costs that are consistently below North American rates. As a result, many manufacturers from Taiwan, for example, have been prompt to reproduce successful American- and European-designed products and to sell them on the North American market at prices often below the cost of Canadian manufacturers' materials alone.

Only the larger firms have introduced computerized machinery into their plants to reduce set-up times but, in general, the introduction of such technology has been slow to gain broad support in an industry that continues to use traditional manufacturing methods.

The majority of Canadian companies are small, family-owned enterprises that have developed from the natural design talents and technical skills of the owner-inventor-managers, who often lack expertise in other business functions. Only the larger firms are administered by highly trained professional management teams. By and large, the same type of management structure has evolved in the U.S. industry, although the scale of operations existing among the many U.S.-owned hardware multinationals results in highly sophisticated management organizations. In particular, the large U.S. companies are generally regarded as exercising better marketing skills and exerting a greater level of effort in their marketing activities than their Canadian counterparts.

Trade-Related Factors

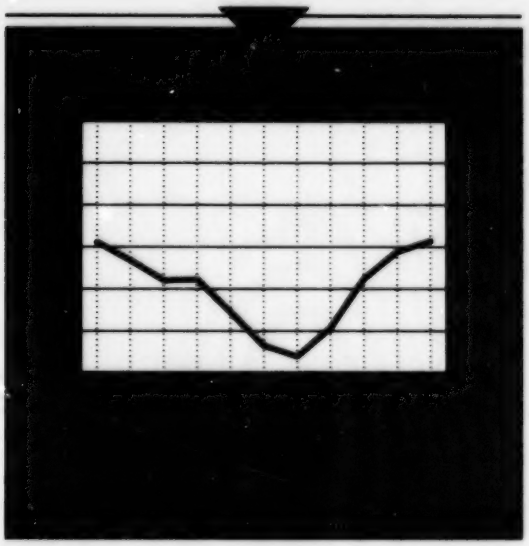
In 1988, the Canadian Most Favoured Nation (MFN) tariff rate for hardware ranged from 9.2 to 11.3 percent. The U.S. tariff rate ranged from 2.3 to 9 percent, with most products falling below a level of 5 to 7 percent. Tariff rates in the European Community (EC) are from 4.6 to 5.6 percent, while the Japanese tariff is about 7.5 percent for most hardware and hand tool products.

Under the Canada-U.S. Free Trade Agreement (FTA), most tariffs relating to hardware and hand tools will be phased out in 10 annual, equal steps beginning 1 January 1989. Canada and the United States have also agreed to an accelerated reduction of certain hardware tariff items, including push-button combination door locks, mechanical automobile jack handles and locks used in furniture.

There are no significant non-tariff barriers affecting Canada's trade in hardware in its major markets. Standards for hardware and hand tools in Canada and the United States are generally comparable. The Canadian Standards Association (CSA) and Underwriters' Laboratory (UL) are the agencies in the two countries responsible for designing standards criteria. The approval process is usually not difficult. Under the FTA, there is provision for the harmonization of standards in order to further facilitate trade between Canada and the United States. Certain South American countries, however, such as Brazil and Colombia, have restrictive import licences, as well as high tariffs, to protect their domestic industries. In spite of these restrictions, some Canadian manufacturers with specialized products have successfully developed market niches in this region.

Technological Factors

Hardware comprises basic products for which the manufacturing technologies and machinery are available worldwide. Major technological changes in the manufacturing processes do not occur frequently. The world hardware and hand tool industry generally relies on suppliers of machinery



and equipment to originate technological developments in manufacturing processes.

Only the larger firms have kept pace with their counterparts elsewhere in the world in modernizing their facilities and upgrading their products through the installation and use of advanced electronic control systems in order to improve product quality and productivity.

For most small hardware manufacturers, process technology is not as critical to success as the design, development and promotion of new products. Formal research and development (R&D) does not play a major role for most of the small and medium-sized companies in the hardware industry. For the most part, design and innovation activities and improvements to machine performance are the main thrusts of development.

Other Factors

The industry has expressed concern about the relatively higher value of the Canadian dollar in recent periods vis-à-vis the American dollar (Figure 3). A significantly lower value, on the other hand, is widely recognized as being inflationary. The resulting higher domestic costs and prices in turn can erode, over time, the competitive gains of such a lower-valued dollar.

Evolving Environment

Canadian demand for hardware products is projected to follow the growth in the residential construction industry and activity in the home renovation market over the medium term.

At the time of writing, the Canadian and American economies were showing signs of recovering from a recessionary period. During the recession, companies in the industry generally experienced reduced demand for their outputs, in addition to longer-term underlying pressures to adjust. In some cases, the cyclical pressures may have accelerated adjustments and restructuring. With the signs of recovery, though still uneven, the medium-term outlook will correspondingly improve. The overall impact on the industry will depend on the pace of the recovery.

At the same time, however, it is expected that low-cost imports from Asian sources, such as Taiwan, will continue to exert strong competitive pressures on Canadian manufacturers. Similar low-cost competition will continue to erode the market share of the American hardware industry in its domestic market. The result of this will likely be the continued rationalization and specialization of North American production in an effort to improve productivity and enhance economies of scale in manufacturing.

The FTA may have some positive impact on efficient Canadian-owned producers who manufacture well-designed innovative products for the North American market. Under the FTA, the United States will continue to be the dominant export market for Canadian hardware and hand tools. However, some U.S.-owned subsidiaries in Canada may lose more and more product lines to their parent plants as production is repatriated. On the other hand, some large, specialized subsidiaries could earn North American and even world product mandates, thereby gaining greater economies of scale and longer, more internationally competitive production runs.

Worldwide, no dramatic developments in manufacturing processes are expected during the next five years. R&D will focus primarily on refining existing technologies. In particular, electronics and computerized machinery will make inroads in plants of all sizes.

Competitiveness Assessment

Canadian producers of widely produced, high-volume hardware products, such as hammers, are vulnerable to price competition and are not considered internationally competitive. However, several efficient manufacturers of more specialized hardware and hand tool lines are considered internationally competitive. The industry is constantly designing and developing new products in order to be at the leading edge of product innovation and to establish and maintain a presence in world markets. Where design and quality are often more important than price, Canadian manufacturers will continue to be competitive as they develop and exploit specialized market niches.

The overall survival and growth of the hardware industry in Canada under the FTA is therefore highly dependent on further industry rationalization, product specialization and niche market development.

For further information concerning the subject matter contained in this profile, contact

Consumer Products Branch
Industry, Science and Technology Canada
Attention: Hardware
235 Queen Street
OTTAWA, Ontario
K1A 0H5
Tel.: (613) 954-3108
Fax: (613) 954-3107

PRINCIPAL STATISTICS[a]

	1983	1984	1985	1986	1987	1988
Establishments	144	138	132	134	129	165
Employment	5 881	5 469	5 742	5 919	6 771	7 050
Shipments ($ millions)	377.9	396.7	442.2	521.7	590.0	642.2

[a]See *Fabricated Metal Products Industries*, Statistics Canada Catalogue No. 41-251, annual (SIC 3061, basic hardware industry, and SIC 3063, hand tool and implement industry).

TRADE STATISTICS[a]

	1983	1984	1985	1986	1987	1988[b]
Exports ($ millions)	112.0	146.2	160.0	168.9	200.1	312.0
Domestic shipments ($ millions)	265.9	250.5	282.2	352.8	389.9	330.2
Imports ($ millions)	375.0	447.3	500.7	551.8	615.5	582.3
Canadian market ($ millions)	640.9	697.8	782.9	904.6	1 005.4	912.5
Exports (% of shipments)	29.6	36.9	36.2	32.4	33.9	48.6
Imports (% of Canadian market)	58.5	64.1	64.0	61.0	61.2	63.8

[a]See *Exports by Commodity*, Statistics Canada Catalogue No. 65-004, monthly; and *Imports by Commodity*, Statistics Canada Catalogue No. 65-007, monthly.

[b]It is important to note the 1988 data are based on the Harmonized Commodity Description and Coding System (HS). Prior to 1988, the shipments, exports and imports data were classified using the Industrial Commodity Classification (ICC), the Export Commodity Classification (XCC) and the Canadian International Trade Classification (CITC), respectively. Although the data are shown as a continuous historical series, users are reminded that HS and previous classifications are not fully compatible. Therefore, changes in the levels for 1988 and after reflect not only changes in shipment, export and import trends, but also changes in the classification systems. It is impossible to assess with any degree of precision the respective contribution of each of these two factors to the total reported changes in these levels.

SOURCES OF IMPORTS[a] (% of total value)

	1983	1984	1985	1986	1987	1988
United States	68.0	68.0	68.7	62.9	61.0	58.5
Europe	8.4	8.7	9.9	11.9	12.5	12.4
Asia	19.2	19.0	16.5	19.0	20.2	21.7
Other	4.4	4.3	4.9	6.2	6.3	7.4

[a]See *Imports by Commodity*, Statistics Canada Catalogue No. 65-007, monthly.

DESTINATIONS OF EXPORTS[a] (% of total value)

	1983	1984	1985	1986	1987	1988
United States	72.3	77.0	78.8	78.9	80.0	87.8
Europe	8.2	6.1	6.4	7.8	7.7	4.3
Asia	8.6	6.3	4.5	4.8	4.6	2.6
Other	10.9	10.6	10.3	8.5	7.7	5.3

[a]See *Exports by Commodity*, Statistics Canada Catalogue No. 65-004, monthly.

REGIONAL DISTRIBUTION[a] (average over the period 1986 to 1988)

	Atlantic	Quebec	Ontario	Prairies	British Columbia
Establishments (% of total)	0.9	22.4	61.3	6.8	8.6
Employment (% of total)	X	X	61.3	X	X
Shipments (% of total)	X	X	66.6	X	X

[a]See *Fabricated Metal Products Industries*, Statistics Canada Catalogue No. 41-251, annual.

X: confidential

MAJOR FIRMS

Name	Country of ownership	Location of major plants
Cooper Tools	United States	Barrie, Ontario
Ilco Unican Inc.	Canada	Montreal, Quebec
Waterloo Furniture Components Ltd.	United States	Kitchener, Ontario
Weiser Inc.	United States	Burnaby, British Columbia

INDUSTRY ASSOCIATION

Canadian Hardware and Housewares Manufacturers' Association
Suite 1, 1335 Morningside Avenue
SCARBOROUGH, Ontario
M1B 5M4
Tel.: (416) 282-0022
Fax: (416) 282-0027

Printed on paper containing recycled fibres.

Quincaillerie

PROFIL DE L'INDUSTRIE

Centres de services aux entreprises d'ISTC et Centres de commerce extérieur

Industrie, Sciences et Technologie Canada (ISTC) et Commerce extérieur Canada (CEC) ont mis sur pied des centres d'information dans les bureaux régionaux de tout le pays. Ces centres permettent à leur clientèle de se renseigner sur les services, les documents d'information, les programmes et l'expérience professionnelle disponibles dans ces deux Ministères en matière d'industrie et de commerce. Pour obtenir de plus amples renseignements, veuillez communiquer avec l'un ou l'autre des bureaux dont la liste apparaît ci-dessous.

Terre-Neuve

Atlantic Place
215, rue Water, bureau 504
C.P. 8950
ST. JOHN'S (Terre-Neuve)
A1B 3R9
Tél. : (709) 772-ISTC
Télécopieur : (709) 772-5093

Île-du-Prince-Édouard

Confederation Court Mall
National Bank Tower
134, rue Kent, bureau 400
C.P. 1115
CHARLOTTETOWN
(Île-du-Prince-Édouard)
C1A 7M8
Tél. : (902) 566-7400
Télécopieur : (902) 566-7450

Nouvelle-Écosse

Central Guaranty Trust Tower
1801, rue Hollis, 5e étage
C.P. 940, succursale M
HALIFAX (Nouvelle-Écosse)
B3J 2V9
Tél. : (902) 426-ISTC
Télécopieur : (902) 426-2624

Nouveau-Brunswick

Assumption Place
770, rue Main, 12e étage
C.P. 1210
MONCTON (Nouveau-Brunswick)
E1C 8P9
Tél. : (506) 857-ISTC
Télécopieur : (506) 851-6429

Québec

Tour de la Bourse
800, place Victoria, bureau 3800
C.P. 247
MONTRÉAL (Québec)
H4Z 1E8
Tél. : (514) 283-8185
1-800-361-5367
Télécopieur : (514) 283-3302

Ontario

Dominion Public Building
1, rue Front ouest, 4e étage
TORONTO (Ontario)
M5J 1A4
Tél. : (416) 973-ISTC
Télécopieur : (416) 973-8714

Manitoba

330, avenue Portage, 8e étage
C.P. 981
WINNIPEG (Manitoba)
R3C 2V2
Tél. : (204) 983-ISTC
Télécopieur : (204) 983-2187

Saskatchewan

S.J. Cohen Building
119, 4e Avenue sud, bureau 401
SASKATOON (Saskatchewan)
S7K 5X2
Tél. : (306) 975-4400
Télécopieur : (306) 975-5334

Alberta

Canada Place
9700, avenue Jasper,
bureau 540
EDMONTON (Alberta)
T5J 4C3
Tél. : (403) 495-ISTC
Télécopieur : (403) 495-4507

510, 5e Rue sud-ouest,
bureau 1100
CALGARY (Alberta)
T2P 3S2
Tél. : (403) 292-4575
Télécopieur : (403) 292-4578

Colombie-Britannique

Scotia Tower
650, rue Georgia ouest,
bureau 900
C.P. 11610
VANCOUVER
(Colombie-Britannique)
V6B 5H8
Tél. : (604) 666-0266
Télécopieur : (604) 666-0277

Yukon

108, rue Lambert, bureau 301
WHITEHORSE (Yukon)
Y1A 1Z2
Tél. : (403) 668-4655
Télécopieur : (403) 668-5003

Territoires du Nord-Ouest

Precambrian Building
10e étage
Sac postal 6100
YELLOWKNIFE
(Territoires du Nord-Ouest)
X1A 2R3
Tél. : (403) 920-8568
Télécopieur : (403) 873-6228

Administration centrale d'ISTC

Édifice C.D. Howe
235, rue Queen
1er étage, tour Est
OTTAWA (Ontario)
K1A 0H5
Tél. : (613) 952-ISTC
Télécopieur : (613) 957-7942

Administration centrale de CEC

InfoExport
Édifice Lester B. Pearson
125, promenade Sussex
OTTAWA (Ontario)
K1A 0G2
Tél. : (613) 993-6435
1-800-267-8376

Demandes de publications

Pour recevoir un exemplaire de l'une des publications d'ISTC ou de CEC, veuillez communiquer avec le Centre de services aux entreprises ou le Centre de commerce extérieur le plus près de chez vous. Si vous désirez en recevoir plus d'un exemplaire communiquez avec l'un des trois bureaux suivants.

Pour les Profils de l'industrie :
Direction générale des communications
Industrie, Sciences et Technologie Canada
235, rue Queen, bureau 704D
OTTAWA (Ontario)
K1A 0H5
Tél. : (613) 954-4500
Télécopieur : (613) 954-4499

Pour les autres publications d'ISTC :
Direction générale des communications
Industrie, Sciences et Technologie Canada
235, rue Queen, bureau 208D
OTTAWA (Ontario)
K1A 0H5
Tél. : (613) 954-5716
Télécopieur : (613) 954-6436

Pour les publications de Commerce extérieur Canada :
InfoExport
Édifice Lester B. Pearson
125, promenade Sussex
OTTAWA (Ontario)
K1A 0G2
Tél. : (613) 993-6435
1-800-267-8376
Télécopieur : (613) 996-9709

Canada

(V 6 91 09)

1988–1991

QUINCAILLERIE

AVANT-PROPOS

Étant donné l'évolution rapide du commerce international, l'industrie canadienne doit pouvoir soutenir la concurrence si elle veut connaître la croissance et la prospérité. Favoriser l'amélioration du rendement de nos entreprises sur les marchés du monde est un élément fondamental des mandats confiés à Industrie, Sciences et Technologie Canada et à Commerce extérieur Canada. Le profil présenté dans ces pages fait partie d'une série de documents grâce auxquels Industrie, Sciences et Technologie Canada procède à l'évaluation sommaire de la position concurrentielle des secteurs industriels canadiens, en tenant compte de la technologie, des ressources humaines et de divers autres facteurs critiques. Les évaluations d'Industrie, Sciences et Technologie Canada et de Commerce extérieur Canada tiennent compte des nouvelles conditions d'accès aux marchés de même que des répercussions de l'Accord de libre-échange entre le Canada et les États-Unis. Pour préparer ces profils, le Ministère a consulté des représentants du secteur privé.

Veiller à ce que tout le Canada demeure prospère durant l'actuelle décennie et à l'orée du vingt-et-unième siècle, tel est le défi qui nous sollicite. Ces profils, qui sont conçus comme des documents d'information, seront à la base de discussions solides sur les projections, les stratégies et les approches à adopter dans le monde de l'industrie. La série 1990–1991 constitue une version revue et corrigée de la version parue en 1988–1989. Le gouvernement se chargera de la mise à jour régulière de cette série de documents.

Michael H. Wilson
Ministre de l'Industrie, des Sciences et de la Technologie
et ministre du Commerce extérieur

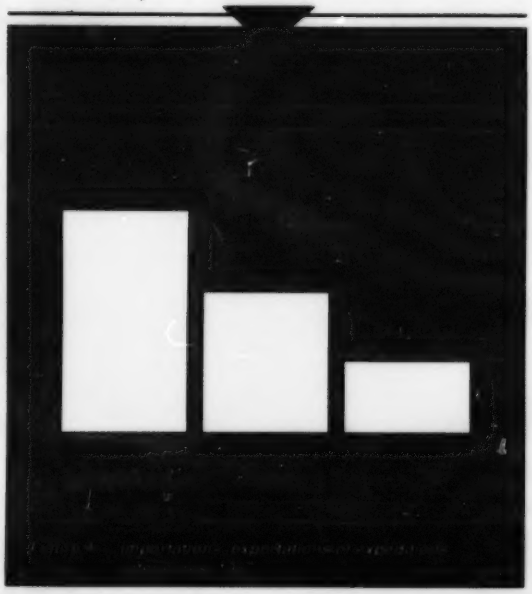
Structure et rendement

Structure

L'industrie canadienne de la quincaillerie fabrique une vaste gamme de produits de quincaillerie et d'outils à main. Le principal sous-secteur de la quincaillerie comprend des lignes de produits comme les serrures et les loquets (environ 20 % des expéditions de l'industrie); la quincaillerie et les accessoires de meubles, d'armoires et de cercueils (13 %); les pentures et les charnières (7 %); et d'autres produits de quincaillerie servant en construction, ou à la fixation d'étagères (7 %). Le reste des expéditions de l'industrie (53 %) revient au sous-secteur des outils à main, qui comprend divers outils à main et des instruments non électriques, comme les mèches, les haches, les ciseaux, les outils tranchants, les outils de jardin, les marteaux, les égoïnes, les outils de mesure utilisés par les mécaniciens, les tournevis et les clés anglaises. Les produits comme les appareils électriques, les outils à main motorisés et les autres outils électriques sont décrits dans un profil connexe consacré aux *Appareils électriques portatifs*.

En 1988, l'industrie canadienne de la quincaillerie comprenait 165 établissements, employant 7 050 travailleurs permanents. Ces usines ont réalisé des expéditions de l'ordre de 642,2 millions de dollars. En 1987, les exportations[1] ont atteint 200,1 millions de dollars alors que les expéditions de l'industrie atteignaient 590 millions, et les importations, 615,5 millions (figure 1). Les États-Unis sont à la fois

[1]Entre 1987 et 1988, un changement de système de classification utilisé par Statistique Canada a causé une discontinuité dans les données commerciales. Voir la note sur le Système harmonisé de désignation et de codification des marchandises (SH) à la page 7. Ainsi, ce profil illustre les tendances commerciales jusqu'en 1987 uniquement.



la principale destination des exportations canadiennes, qui atteignaient 80 % des exportations totales en 1987, et la principale source de nos importations, après un léger recul qui les a ramenées à 61 %. Les importations de produits de quincaillerie bon marché en provenance d'Asie, surtout de Taiwan, ont affiché ces dernières années une vigoureuse croissance.

Les importations qui dominent maintenant le marché canadien de la quincaillerie, ont accaparé 61,2 % du marché en 1987. Une augmentation des importations de produits bon marché, comme les poignées et les boutons de portes en plastique, les cisailles à métal, les pieds-de-biche, les mèches à bois et les serrures de sécurité a constitué une grande part de la croissance du marché intérieur depuis quelques années. Cela a donné lieu à une certaine rationalisation de la fabrication dans l'industrie nord-américaine, les pays asiatiques capables de produire à faible coût accaparant la production bas de gamme. Par conséquent, un plus grand nombre de fabricants canadiens ont été forcés de se spécialiser, d'innover, de cerner et d'exploiter des occasions de marché à l'échelle internationale.

La production manufacturière est généralement située près des centres nationaux de distribution du sud de l'Ontario qui sont propriété d'un nombre restreint de grands groupes d'acheteurs et de chaînes de détail, dont Canadian Tire Corporation, de Toronto, et D.H. Howden & Company, de London. L'Ontario représente plus de 60 % des établissements, de l'emploi et des expéditions des fabricants, alors que le Québec possède environ 22 % des établissements.

D'une part, les petits fabricants comptant moins de 20 employés représentent 62,7 % de l'ensemble des établissements, mais ne produisent que 9,7 % des produits expédiés par les usines, comme la quincaillerie pour les armoires et les portes de même que les outils de jardin et les outils à main. D'autre part, 11,9 % des établissements emploient plus de 100 employés et fournissent 59,1 % de la production, fabriquant des articles comme des tourne-vis, des marteaux et des coffres à outils. Les huit plus grands producteurs, qui détiennent moins de 6 % de toutes les usines, effectuent plus de 37 % des expéditions, y compris des articles comme les outils à main et les outils à souder, les chaînes, les coulisses de tiroir et la quincaillerie de sécurité.

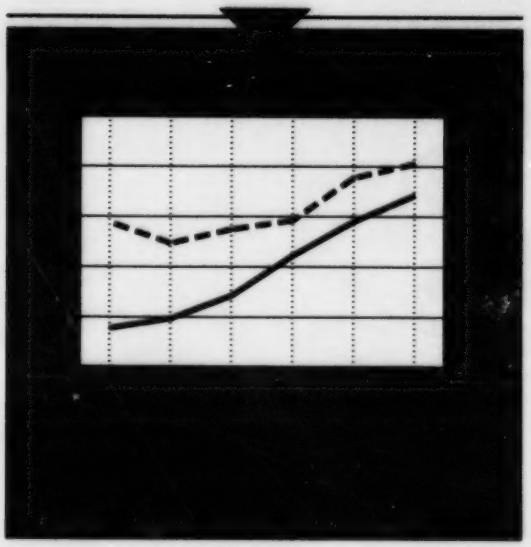
On estime que les fabricants de propriété américaine effectuent 30 % des expéditions de l'industrie canadienne de la quincaillerie et détiennent le même pourcentage de l'emploi. Au delà de 40 % des usines employant plus de 100 personnes sont de propriété américaine. En règle générale, ces fabricants qui n'ont pas obtenu de mandats de production mondiale, sont tenus par les politiques de leur société mère de limiter leurs activités à la vente sur le seul marché canadien.

L'industrie américaine de la quincaillerie compte plus de 2 000 établissements, 129 000 employés, et des expéditions atteignant près de 12 milliards de dollars US. La structure globale de l'industrie américaine est semblable à celle du Canada, en ce sens que la majorité des entreprises sont des petites entreprises familiales. Cependant, les grandes entreprises américaines sont proportionnellement beaucoup plus grandes et réalisent des économies d'échelle plus importantes que les entreprises canadiennes les plus considérables.

Presque tous les producteurs de quincaillerie et d'outils à main de propriété canadienne, grands comme petits, se livrent à l'exportation dans une certaine mesure. En outre, quelques entreprises américaines ayant des divisions canadiennes spécialisées fabriquent des produits particuliers pour les marchés mondiaux et sont concurrentielles à l'échelle internationale.

Rendement

La demande de produits de quincaillerie fluctue selon le niveau d'activité dans l'industrie de la construction résidentielle et non résidentielle et sur le marché des rénovations domiciliaires. En outre, des ventes considérables et sans cesse croissantes s'effectuent dans les points de vente au détail destinés aux bricoleurs. Bien que le sous-secteur de la quincaillerie primaire (y compris la quincaillerie de construction) et le sous-secteur des outils à main répondent l'un et l'autre aux mêmes considérations de marché, le sous-secteur de la quincaillerie de construction est plus directement



tributaire d'une vigoureuse croissance de l'industrie de la construction résidentielle. Le principal secteur de croissance au Canada depuis quelques années a été le marché de détail du bricolage, bien que ce segment du marché soit de plus en plus approvisionné par les importations en provenance de pays à faible prix de revient.

En dollars courants, les expéditions canadiennes de quincaillerie sont passées de 377,9 millions en 1983 à 642,2 millions en 1988 (figure 2). Bien que les données officielles ne soient pas disponibles, on estime qu'en chiffres réels les expéditions de l'industrie n'ont affiché qu'une progression modeste par rapport aux augmentations de la demande de construction au cours de la même période. Cela reflète le rétrécissement de la gamme de produits désormais fabriqués au Canada, en raison de la croissance rapide des importations de quincaillerie au cours des dernières années. Il n'y a eu qu'une légère progression des niveaux d'emploi durant cette période, le nombre d'employés passant de 5 881 en 1983 à 7 050 en 1988, et le nombre d'établissements manufacturiers fluctuant légèrement.

En tant que secteur des produits de consommation, la quincaillerie réagit à la conjoncture économique, aux taux d'intérêt, au revenu personnel disponible et aux modes de vie. Cependant, un marché généralement favorable a stimulé les dépenses de consommation et facilité la construction neuve dans le secteur privé au Canada depuis la récession de 1981–1982. En outre, les consommateurs manifestent un intérêt sans cesse croissant pour la rénovation domiciliaire et le bricolage. Néanmoins, l'industrie canadienne de la quincaillerie est moins en mesure de participer à cette croissance du marché, en raison d'une faible compétitivité dans certains des secteurs où la croissance est la plus rapide, comme le marché du bricolage.

Si la valeur des importations n'a pas cessé de progresser depuis les années 1970, on a quand même assisté à un déplacement graduel de leur origine. La part des États-Unis, qui représentait 71 % de la valeur de l'ensemble des importations en 1973, a chuté à 61 % en 1987, alors que les importations en provenance de l'Extrême-Orient, et particulièrement de Taiwan, de la République de Corée et de Hong Kong, atteignaient plus de 20 % du total des importations en 1987, comparativement à 11,9 % en 1973.

La croissance constante des importations de quincaillerie en provenance des pays asiatiques à faible prix de revient reflète les niveaux bien inférieurs des coûts des matières premières et de la main-d'œuvre de ces producteurs. En outre, puisque les prix des produits provenant de ces pays sont demeurés faibles par rapport à ceux des autres importations, leur volume a augmenté considérablement. Le marché américain de la quincaillerie a lui aussi subi les pressions de ces importations bon marché d'origine asiatique, ce qui explique par ailleurs une diminution de la part détenue par les fabricants américains sur leur marché intérieur.

En raison de cette vigoureuse concurrence des produits bon marché, l'industrie nord-américaine de la quincaillerie a rationalisé sa production pour améliorer sa productivité et maintenir sa part du marché intérieur. Cette stratégie a souvent incité les filiales américaines installées au Canada à faire ramener leur production aux États-Unis, ce qui contribue à augmenter les importations canadiennes en provenance des fabricants américains plus grands et plus efficaces.

Les importations en provenance d'Europe ont conservé leur position sur le marché canadien, soit 12,5 % de l'ensemble des importations en 1987. Les importations européennes sont généralement spécialisées et comprennent des outils à main et des instruments de précision, comme certaines limes et certaines râpes, des étaux, des outils et des meubles de jardin et des accessoires d'armoires et de cercueils, qui ne sont habituellement pas disponibles au Canada ou ailleurs dans le monde.

Les exportations, qui étaient de 34,3 millions de dollars en 1973, ont atteint environ 200,1 millions de dollars en 1987. Elles ont augmenté d'environ 10 % par an au milieu des années 1970, puis ont augmenté de plus de 13 % par an au début des années 1980. De 1984 à 1987, elles ont à nouveau progressé d'un taux annuel d'environ 10 %. En 1987, les exportations représentaient 33,9 % de l'ensemble des expéditions effectuées par les fabricants dans cette industrie.

Depuis 1984, le taux de croissance plus ou moins stable des exportations reflète les efforts des entreprises

canadiennes. Menacées par une concurrence accrue sur le marché intérieur, elles s'emploient avec le plus grand dynamisme à exploiter les occasions offertes par le marché international. Les principaux produits exportés comprennent les serrures, les clés et les pièces; la quincaillerie de base comme les pentures, les accessoires et les roulettes; certaines limes et certaines râpes; et divers outils à main. En général, lorsque l'industrie canadienne s'est spécialisée dans des domaines comme les serrures, les loquets et d'autres articles de quincaillerie de base et d'outils à main, elle s'est fait une excellente réputation sur les marchés mondiaux pour la qualité de ses produits, qui sont bien conçus et innovateurs. Alors que les États-Unis demeurent son premier partenaire commercial, le Canada a d'autres marchés importants en Australie, aux Antilles et, pour certains produits spécialisés comme les limes et les râpes, à Singapour, au Pakistan et en Thaïlande.

Il n'y a pas de statistiques d'investissement disponibles pour l'industrie de la quincaillerie. Cependant, on croit que les investissements n'ont pas cessé d'augmenter depuis plusieurs années.

Forces et faiblesses

Facteurs structurels

Les facteurs les plus importants touchant la compétitivité sont les coûts de la fabrication pour les produits de quincaillerie ordinaires, ainsi que l'innovation, la conception et la qualité de la fabrication des produits spécialisés de quincaillerie et des outils de précision à main. L'industrie canadienne est jugée concurrentielle parce qu'elle conçoit et fabrique des produits à la fois novateurs et de qualité, bien que ses coûts d'exploitation ne lui permettent pas de soutenir la concurrence de ses homologues des autres pays.

Les matières premières et les salaires constituent les deux principaux facteurs de coûts pour les fabricants de quincaillerie. Au Canada comme aux États-Unis, les matériaux représentent plus de 42 % de la valeur des expéditions, alors que le coût de la main-d'œuvre oscille entre 25 % et 27 %. Cependant, en servant un marché intérieur beaucoup plus étendu, l'industrie américaine a atteint un niveau de spécialisation plus élevé pour ses produits. Dans l'ensemble, les grandes usines américaines de quincaillerie sont beaucoup plus vastes que les installations canadiennes. Elles sont mieux parvenues à exploiter les économies d'échelle et sont donc capables de profiter des avantages de plus longs cycles de production. La productivité du travail dans l'industrie est d'environ 25 % plus élevée aux États-Unis qu'au Canada.

Les grandes usines situées aux États-Unis ont investi davantage dans la modernisation de leurs machines et de leur matériel, si bien qu'elles ont atteint un niveau de productivité supérieur à celui des entreprises canadiennes et des filiales américaines opérant uniquement sur le marché canadien plus restreint.

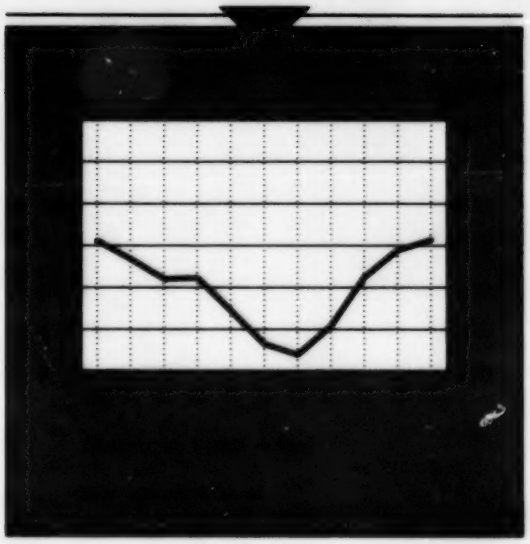
Toutefois, certains fabricants canadiens se sont créé un marché aux États-Unis, ciblant habituellement un créneau particulier où ils arrivent à être compétitifs par la spécialisation de leurs produits.

En général, les installations canadiennes de quincaillerie fabriquent une vaste gamme de produits de haute qualité. Par conséquent, particulièrement pour les produits de quincaillerie usinés en grandes quantités, les appareils de fabrication sont conçues en fonction de fréquents changements de cycles de production et d'un temps d'arrêt minimum entre les changements de cycles. Les producteurs américains et asiatiques, par contre, utilisent de longs cycles de production et leurs machines sont généralement consacrées à la fabrication d'une seule pièce à faible coût unitaire.

Les coûts élevés de la main-d'œuvre et des matériaux dans le cas des produits de quincaillerie nord-américains constituent un inconvénient majeur face aux produits asiatiques bon marché dont les coûts de main-d'œuvre et des matériaux sont toujours inférieurs aux coûts nord-américains. Par conséquent, de nombreux fabricants de Taiwan, par exemple, se sont empressés de reproduire des articles de conception américaine et européenne qui ont eu du succès, et de les vendre sur le marché nord-américain à des prix souvent inférieurs au seul coût des matériaux utilisés par les fabricants canadiens.

Seules les plus grandes entreprises ont doté leurs usines de machines informatisées pour réduire les temps de mise en route, mais, en général, cette technologie a mis un moment à trouver des appuis dans une industrie qui continue de compter sur les méthodes traditionnelles de fabrication.

La majorité des entreprises canadiennes sont de petite taille. Elles sont souvent familiales et ont vu le jour grâce au talent des propriétaires — inventeurs — gestionnaires pour la conception et la technique. Souvent, ces personnes ne possèdent aucune connaissance des autres fonctions commerciales. Seules les grandes entreprises sont administrées par des équipes professionnelles de gestion hautement qualifiées. Dans l'ensemble, le même type de gestion a évolué au sein de l'industrie américaine, bien que l'échelle des opérations existant dans les nombreuses multinationales de la quincaillerie donnent lieu à des formes très évoluées d'organisation. On considère généralement que les grandes entreprises étasuniennes ont recours à de meilleures techniques de commercialisation et déploient davantage d'efforts dans leurs activités de commercialisation que les sociétés canadiennes.



Facteurs liés au commerce

Au Canada, en 1988, le taux tarifaire de la nation la plus favorisée (NPF) se situait dans une fourchette allant de 9,2 à 11,3 % pour la quincaillerie. Le taux tarifaire en application aux États-Unis oscillait de 2,3 à 9 %, la plupart des produits étant assujettis à un taux inférieur à 5 ou à 7 %. Les taux tarifaires de la Communauté européenne (CE) varient entre 4,6 et 5,6 %, alors que les droits japonais sont d'environ 7,5 % pour la plupart des produits de quincaillerie et les outils à main.

En vertu de l'Accord de libre-échange entre le Canada et les États-Unis (ALE), la plupart des droits tarifaires frappant la quincaillerie et les outils à main disparaîtront en dix étapes annuelles et égales à compter du 1er janvier 1989. Le Canada et les États-Unis sont aussi convenus d'une réduction accélérée de certains postes tarifaires touchant la quincaillerie, dont les serrures de portes à combinaison à boutons-poussoir, les poignées de crics mécaniques pour les automobiles et les serrures pour les meubles.

Dans le domaine de la quincaillerie, il n'existe pas de barrières non tarifaires importantes touchant les échanges du Canada sur ses principaux marchés. Les normes appliquables à la quincaillerie et aux outils à main au Canada et aux États-Unis sont généralement comparables. L'Association canadienne de normalisation (ACNOR) et l'Underwriters' Laboratory (UL) sont les organismes responsables de la mise au point des normes dans ces deux pays. Le processus d'agrément n'est habituellement pas difficile. L'ALE comporte une disposition d'harmonisation des normes pour faciliter davantage les échanges entre le Canada et les États-Unis. Cependant, certains pays d'Amérique du Sud, comme le Brésil et la Colombie, imposent des licences d'importation restrictives, et des droits tarifaires élevés afin de protéger leurs industries nationales. Malgré ces restrictions, certains fabricants canadiens de produits spécialisés ont réussi à pénétrer des créneaux de marché dans cette région du monde.

Facteurs technologiques

La quincaillerie comprend des produits de base pour lesquels on retrouve la technologie et les machines de fabrication partout dans le monde. Les grands changements technologiques touchant les procédés de fabrication ne sont pas fréquents. L'industrie mondiale de la quincaillerie et des outils à main laisse généralement aux fournisseurs de machines et de matériel le soin de réaliser les progrès technologiques relatifs aux procédés de fabrication.

Seules les grandes entreprises ont suivi le rythme de leurs homologues ailleurs dans le monde : elles ont modernisé leurs installations et perfectionné leurs produits en installant des systèmes avancés de contrôle électronique pour en améliorer la qualité et augmenter la productivité.

Pour la plupart des petits fabricants d'articles de quincaillerie, la technologie de la production ne joue pas un rôle aussi fondamental dans leur succès que la conception, la mise au point et la promotion des nouveaux produits. La recherche-développement (R.-D.) formelle n'est pas d'une importance capitale pour la plupart des petites et moyennes entreprises de ce secteur. Dans la plupart des cas, les activités de conception et d'innovation ainsi que l'amélioration du rendement des machines sont les principaux facteurs de développement.

Autres facteurs

Le taux de change a un effet important sur la capacité des fabricants canadiens de soutenir la concurrence sur le marché américain. Avec l'augmentation de la valeur du dollar canadien par rapport à la devise américaine (figure 3), leur capacité de concurrence en fonction du coût s'est quelque peu érodée.

Evolution du milieu

Selon les projections à moyen terme, la demande canadienne de produits de quincaillerie suivra la croissance de l'industrie de la construction résidentielle et de l'activité du marché des rénovations domiciliaires.

Au moment où nous rédigeons ce profil, l'économie du Canada de même que celle des États-Unis montrent des signes de redressement, à la suite d'une période de récession. Après avoir vu leurs carnets de commandes diminuer, les entreprises du secteur de la quincaillerie ont dû subir des

pressions sous-jacentes les incitant à une restructuration à long terme. Dans certains cas, ces pressions cycliques ont eu pour effet d'accélérer le processus d'adaptation et de restructuration. Avec les signes de relance, même s'ils sont encore irréguliers, la perspective à moyen terme va s'améliorer. L'effet du phénomène sur ce secteur industriel dépendra du rythme même de la relance.

En même temps, on prévoit cependant que les importations de produits bon marché en provenance d'Asie, par exemple Taiwan, continueront de livrer une vive concurrence aux fabricants canadiens. Une concurrence semblable continuera d'éroder la part du marché national détenue par l'industrie américaine de la quincaillerie. Cela incitera vraisemblablement les nord-américains à poursuivre leurs efforts en vue de rationaliser et de spécialiser leur production afin d'améliorer la productivité et d'accroître les économies d'échelle en matière de fabrication.

L'ALE pourrait avoir un effet positif sur les entreprises de propriété canadienne qui fabriquent de façon efficiente des produits innovateurs et bien conçus pour le marché nord-américain. Aux termes de l'ALE, les États-Unis demeureront le principal marché d'exportation pour la quincaillerie et les outils à main de fabrication canadienne. Cependant, certaines filiales américaines implantées au Canada pourraient perdre de plus en plus de lignes de produits au profit de leurs usines mères, à mesure que celles-ci rapatrieraient la production. Par ailleurs, certaines grandes filiales spécialisées pourraient décrocher des mandats de production pour l'Amérique du Nord, voire pour le monde entier, réalisant ainsi de plus grandes économies d'échelle ainsi que des cycles de production plus longs et plus concurrentiels à l'échelle internationale.

Au niveau mondial, on ne prévoit pas d'évolution spectaculaire des procédés de fabrication au cours des cinq prochaines années. La R.-D. s'articulera essentiellement sur le perfectionnement des technologies existantes. En particulier, l'électronique et la machinerie informatisée feront des percées dans les usines de toutes dimensions.

Evaluation de la competitivite'

Les fabricants canadiens de produits de quincaillerie usinés en grande quantité, comme les marteaux, sont vulnérables à la concurrence des prix et ne sont pas jugés concurrentiels à l'échelle internationale. Cependant, plusieurs fabricants efficients de produits de quincaillerie et de lignes d'outils à main plus spécialisés, sont considérés comme concurrentiels à l'échelle internationale. L'industrie ne cesse de concevoir et de mettre au point de nouveaux produits pour demeurer à la fine pointe de l'innovation, pour établir et maintenir sa présence sur les marchés mondiaux. La conception et la qualité étant souvent plus importantes que le prix, les fabricants canadiens conserveront leur compétitivité dans la mise au point et l'exploitation de créneaux spécialisés.

En vertu de l'ALE, la survie et la croissance globales de l'industrie de la quincaillerie au Canada sont hautement tributaires de la rationalisation continue de l'industrie, de la spécialisation des produits et de la création de créneaux sur le marché.

Pour plus de renseignements sur ce dossier, s'adresser à la

Direction générale des biens de consommation
Industrie, Sciences et Technologie Canada
Objet : Quincaillerie
235, rue Queen
OTTAWA (Ontario)
K1A 0H5
Tél. : (613) 954-3108
Télécopieur : (613) 954-3107

PRINCIPALES STATISTIQUES[a]

	1983	1984	1985	1986	1987	1988
Établissements	144	138	132	134	129	165
Emploi	5 881	5 469	5 742	5 919	6 771	7 050
Expéditions (millions de $)	377,9	396,7	442,2	521,7	590,0	642,2

[a]Voir *Industries de la fabrication des produits métalliques*, nº 41-251 au catalogue de Statistique Canada, annuel, CTI 3061 (Industrie de la quincaillerie de base) et CTI 3063 (Industrie des outils et instruments).

STATISTIQUES COMMERCIALES[a]

	1983	1984	1985	1986	1987	1988[b]
Exportations (millions de $)	112,0	146,2	160,0	168,9	200,1	312,0
Expéditions intérieures (millions de $)	265,9	250,5	282,2	352,8	389,9	330,2
Importations (millions de $)	375,0	447,3	500,7	551,8	615,5	582,3
Marché canadien (millions de $)	640,9	697,8	782,9	904,6	1 005,4	912,5
Exportations (% des expéditions)	29,6	36,9	36,2	32,4	33,9	48,6
Importations (% du marché canadien)	58,5	64,1	64,0	61,0	61,2	63,8

[a]Voir *Exportations par marchandise*, nº 65-004 au catalogue de Statistique Canada, mensuel, et *Importation par marchandise*, nº 65-007 au catalogue de Statistique Canada, mensuel.

[b]Il importe de noter que les données de 1988 se fondent sur le Système harmonisé de désignation et de codification des marchandises (SH). Avant 1988, les données sur les expéditions, les exportations et les importations étaient classifiées selon la Classification des produits industriels (CPI), la Classification des marchandises d'exportation (CME) et le Code de la Classification canadienne pour le commerce international (CCCCI), respectivement. Bien que les données soient présentées comme une série chronologique, nous rappelons que le SH et les codes de classification précédents ne sont pas entièrement compatibles. Ainsi, les données de 1988 ne traduisent pas seulement les variations des tendances des expéditions, des importations et des exportations, mais aussi le changement de système de classification. Il est donc impossible d'évaluer avec précision la part respective de chacun de ces deux facteurs.

PROVENANCE DES IMPORTATIONS[a] (% de la valeur totale)

	1983	1984	1985	1986	1987	1988
États-Unis	68,0	68,0	68,7	62,9	61,0	59,5
Communauté européenne	8,4	8,7	9,9	11,9	12,5	12,4
Asie	19,2	19,0	16,5	19,0	20,2	21,7
Autres	4,4	4,3	4,9	6,2	6,3	7,4

[a]Voir *Importation par marchandise*, nº 65-007 au catalogue de Statistique Canada, mensuel.

DESTINATION DES EXPORTATIONS[a] (% de la valeur totale)

	1983	1984	1985	1986	1987	1988
États-Unis	72,3	77,0	78,8	78,9	80,0	87,8
Communauté européenne	8,2	6,1	6,4	7,8	7,7	4,3
Asie	8,6	6,3	4,5	4,8	4,6	2,6
Autres	10,9	10,6	10,3	8,5	7,7	5,3

[a]Voir *Exportations par marchandise*, nº 65-004 au catalogue de Statistique Canada, mensuel.

RÉPARTITION RÉGIONALE[a] (moyenne de la période 1986–1988)

	Atlantique	Québec	Ontario	Prairies	Colombie-Britannique
Établissements (% du total)	0,9	22,4	61,3	6,8	8,6
Emploi (% du total)	X	X	61,3	X	X
Expéditions (% du total)	X	X	66,6	X	X

[a]Voir *Industries de la fabrication des produits métalliques*, nº 41-251 au catalogue de Statistique Canada, annuel.

X : confidentiel

PRINCIPALES SOCIÉTÉS

Nom	Pays d'appartenance	Emplacement des principaux établissements
Cooper Tools	États-Unis	Barrie (Ontario)
Ilco Unican Inc.	Canada	Montréal (Québec)
Waterloo Furniture Components Ltd.	États-Unis	Kitchener (Ontario)
Weiser Inc.	États-Unis	Burnaby (Colombie-Britannique)

ASSOCIATION DE L'INDUSTRIE

Association canadienne des fabricants en quincaillerie
et articles ménagères
1335, avenue Morningside, bureau 1
SCARBOROUGH (Ontario)
M1B 5M4
Tél. : (416) 282-0022
Télécopieur : (416) 282-0027

Imprimé sur du papier contenant des fibres recyclées.